

Em cumprimento à missão de publicar artigos acadêmicos que fomentem o debate científico em Administração, Economia e Contabilidade, a Revista Brasileira de Gestão de Negócios – RBGN traz, nesta edição, textos que abrangem as seguintes áreas temáticas: Marketing, Estratégia e Comportamento Organizacional.

No artigo “Marketing verde: responsabilidade social e ambiental integradas na envolvente de marketing”, os autores realizaram um estudo de caso com uma unidade franqueada da Coca-Cola.

As estratégias de marketing e a percepção dos clientes em relação às marcas próprias foram objeto de análise no artigo “Estratégias de marketing: marcas próprias como um diferencial competitivo no setor de supermercado”.

A arte de produzir melhores vinhos tem ocupado produtores durante muitos séculos, e o reconhecimento da necessidade de um esforço especial para a comercialização é um tema recente. Essa foi a contribuição dos autores em “Segmentação no mercado dos vinhos verdes na região norte de Portugal: o caso dos gestores de restauração”.

O aumento do poder de compra das mulheres obriga as empresas a não apenas elaborarem produtos específicos para o público feminino, mas também a adotarem estratégias de diferenciação de produtos. No artigo “Escolhas associadas ao automóvel por homens e mulheres: confluência ou divergência?”, os autores investigaram a semelhança de escolhas de homens e mulheres aplicada ao automóvel e a estratégia de diferenciação de produtos aplicada à indústria automobilística.

Os relacionamentos competitivos e colaborativos na estratégia organizacional foi o foco do artigo “A estratégia em relacionamentos cooperativos: um estudo do arranjo produtivo de Nova Serrana”. No presente trabalho, os autores discutem a integração entre a rivalidade e parceria de concorrentes.

Como complemento a tal edição, há artigo em que os autores analisam os processos de transferência e de transferência reversa de conhecimentos após aquisições internacionais por empresas brasileiras. O estudo de caso que suporta a análise é apresentado no artigo “Transferência e transferência reversa de conhecimento: o caso da aquisição da Perez Companc pela Petrobras na Argentina”.

Desejo a todos, boa leitura.

Evandir Megliorini
Editor